

BAB III

RENCANA PEMASARAN

A. Riset Pasar (Riset, Target, Positioning)

Riset pasar adalah mengumpulkan data, penelitian dan juga analisa target pasar yang harus di hadapi oleh para pembisnis atau perusahaan. Proses ini sangatlah penting untuk dikarenakan adanya riset pasar, perusahaan bisa menelaah segala langkah - langkah yang harus dihadapi pada penjualan sebuah produk atau jasa.

Menurut *American Marketing Assosiation (AMA)* Riset Pemasaran atau Pasar adalah fungsi yang menghubungkan konsumen, pelanggan dan publik dengan cara untuk memberikan identifikasi dan definisi akan peluang masalah yang menghasilkan sebuah kinerja proses pemasaran.

Tujuan lain dari riset pasar ialah agar pembisnis memahami apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen dan mengetahui calon pesaing bisnis yang akan membuat usaha sejenis. Berikut adalah langkah - langkah yang akan ditempuh oleh Jasa Akomodasi Rumah Kost "RUMAH ABLE" dalam proses riset pasar :

1. Segmentasi pasar (Riset)

Segmentasi pasar atau Riset ialah mempersatukan seluruh konsumen yang tertarget dengan beberapa kelompok secara luas menjadikan lebih heterogen. bertujuan untuk meningkatkan keefektifitas pemasaran sekaligus memanfaatkan sumber daya produksi. Segmentasi pasar menurut Gary Amstrong yaitu kegiatan membagikan pasar

yang lebih luas menjadi lebih terpetak sesuai kebutuhan dan karakteristik para pembeli.

Berikut ialah dasar yang akan menjadi acuan untuk sebuah bisnis "RUMAH ABLE" :

- **Kebutuhan**

Kebutuhan konsumen dalam produk atau jasa menjadi faktor utama pada segmentasi pasar. Jika kebutuhan konsumen semakin meningkat, maka kesempatan untuk membuat bisnis atau menjual produk semakin tinggi keberhasilannya.

- **Kesiapan**

Jasa Akomodasi Rumah Kost "RUMAH AABLE" berinovasikan untuk memberikan tempat sementara yang nyaman dan aman dibantu oleh fasilitas yang memadai seperti halnya rumah kedua bagi para calon konsumen yang akan menyewa kamar. Kesiapan konsumen menjadikan pertimbangan yang tidak kalah penting untuk proses segmentasi pasar.

- **Geografis**

Letak dinamakan kondisi geografis, maka dari hal itu menjadikan salah satu dasar dan penting untuk sebuah bisnis bisa menentukan segmentasi pasar. Contoh : letak dalam bisnis berada di Kota Tasikmalaya.

2. Target Pasar

Untuk memulai bisnis suatu perusahaan akan menentukan target pasar, dengan cara membagi dan memutuskan apa saja yang akan diambil dan dijadikan target untuk memasarkan (*Promotion*) produk tersebut.

Target pasar akan semakin bagus dan lebih akurat jika pembisnis lebih fokus kepada target pasar yang sesuai pada produk yang akan pembisnis jual dan tidak lupa dengan kondisi yang terjadi itu juga salah satu hal yang membantu dalam target pasar.

Jika melihat pada masa pandemik ini target pasar dari Rumah Able bisa selalu berubah bagaimana faktor dalam kondisi. Target pasal dari "Rumah Able" adalah karyawan, mahasiswa, ataupun pasutri baru yang mencari tempat tinggal sementara dan lain - lainnya. Mengapa penulis memilih target market tersebut dikarenakan fungsi dari "Rumah Able" itu sendiri.

Seperti yang sudah dijelaskan, Rumah kost ini dibuat untuk membantu orang - orang yang mencari rumah sementara yang aman dan nyaman dengan fasilitas yang memadai. Maka dari itu rumah kost ini memiliki 10 kamar dengan 5 kamar dengan toilet didalam dan 5 kamar dengan toilet diluar, dan juga usaha rumah kost ini juga bisa disebut usaha jangka waktu yang panjang yang selalu menguntungkan.

3. Positioning

Penempatan produk untuk membuat strategi agar konsumen selalu mengingat produk yang kita jual, hal ini juga memberikan sebuah kesan yang unik terhadap "Rumah Able". Maka dari itu penulis memberikan sebuah fasilitas, tempat, bangunan, dan pelayanan yang sangat membantu pada operasional.

B. Validasi Produk - Market Fit

Market Fit ialah posisi produk diterima dengan baik dan memuaskan konsumen maka produk kita akan segera *launching* untuk dipasarkan. Perusahaan selalu menyadari jika *Market Fit* tidak berjalan sesuai, contohnya :

- Ulasan yang tidak bagus di social media atau website dari para konsumen.
- Penjualan semakin menurun.
- Penyebaran mulut ke mulut (*Word of Mouth*) menyebar tentang ketidak benaran tentang usaha yang kita jalankan.

Ketika *Market Fit* berjalan dengan baik lalu konsumen memberikan value pada produk yang dijual, maka kemungkinan besar konsumen akan merekomendasikan kepada calon konsumen lainnya. Dari hal itu, secara tidak langsung mendapatkan bantuan dari segi pemasaran agar produk cepat dikenali dan laku lebih cepat.

C. Kompetitor

Kompetitor dalam perbisnis bisa juga disebut dengan pesaing, hal itu biasa dalam dunia bisnis dikarenakan adanya kompetitor pun, jika bisa mengevaluasi produk lebih baik dengan kompetitor lainnya. Maka dari hal itu, konsumen atau calon konsumen akan selalu memilih produk yang kita jual.

"Rumah Able" sendiri memiliki *pontential competitor* yang tidak terlalu banyak di wilayah Kota Tasikmalaya, dikarenakan *apartement* salah satu kompetitor rumah kost masih belum ada dibangun dikota Tasikmalaya ini dan rumah kost juga tidak terlalu banyak di kota ini. Tetapi, hal itu tidak menghentikan inovasi "Rumah Able"

untuk selalu mengikuti zaman dan memberikan produk yang terbaik untuk para calon konsumen.

D. Program Pemasaran.

Program pemasaran ialah usaha oleh *sales & marketing* agar mencapai espektasi yang sudah ditetapkan sebelumnya. Hal itu bisa dikaitkan dengan *Marketing Mix*. *Marketing Mix* ialah poin yang harus diperhatikan saat memulai usaha untuk *promotion* produk agar cepat dikenal oleh calon konsumen.

Marketing Mix banyak digunakan oleh pembisnis, walaupun memiliki poin yang berbeda - beda tetapi tujuannya tetap sama yaitu untuk mengumpulkan *profit* sebanyak - banyaknya. Pembisnis dapat merancang strategi *Marketing Mix* yang jitu diantaranya adalah :

1. Perencanaan Produk Berkualitas (*Product Planning*)
2. Menetapkan Harga Saing (*Price Policy*)
3. Melakukan Promosi (*Promotion Activities*)

Dalam hal itu, "Rumah Aable" akan menggunakan metode *Marketing Mix* 4P atas program pemasarannya, karena *Marketing Mix* nilai poin yang sangat dibutuhkan untuk memasarkan produk dan bisa membantu proses pemasaran produk. Berikut adalah poin - poin dari *Marketing Mix* 4P "Rumah Able" :

1. *Product*

"*Rumah Able*" memberikan dan menyediakan tempat sementara yang beruma rumah kost yang dikeluarkan agar bisa bersaing dengan usaha sejenis yang lain atau kompetitor.

2. *Price*

Tujuan salah satunya pada bisnis ialah untuk memiliki harga yang bisa bersaing dengan pembisnis lain tetapi dengan fasilitas dan tempat yang jauh lebih baik atau memberikan yang terbaik dan bagus daripada yang lain dengan harga yang terjangkau. Dari kedua jenis kamar tersebut, berikut ialah harga perbulannya :

- Cool Room : Rp. 1.500.000 / Bulan
- Calm Room : Rp. 850.000 / Bulan

3. *Place*

Place ialah tempat untuk membangun sebuah bisnis yang memberikan manfaat banyak kepada produk atau bisnis yang akan kita pasarkan. Lokasi tepat "*RUMAH ABLE*" ialah Jl. Sambong Jaya No. 55 Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya, Jawa Barat 46181.

4. *Promotion*

Promotion yaitu memasarkan suatu produk atau bisnis yang akan kita perjual belikan lebih cepat dikenali oleh para calon konsumen. "*Rumah Able*" akan melakukan promosi melalui *social media*, website rumah kost, dan lain - lainnya agar bisa selalu menjadi

pilihan utama para konsumen saat membutuhkan sebuah tempat tinggal sementara di wilayah Kota Tasikmalaya.

Tabel 3. 1 Time Table Rencana Pemasaran "Rumah Able"

Kegiatan	Waktu	Perkiraan Biaya
Dokumentasi bangunan / ruangan	Januari 2022	500.000
Mengembangkan social media (<i>Design Feeds</i>) & Website Rumah Kost	Januari 2022	-
Mencetak flyer	Februari 2021	200.000
TOTAL		700.000

Sumber : Olahan Penulis, 2021

E. Media Pemasaran

Media pemasaran seiringnya berkembang zaman menjadikan banyak pilihan untuk memasarkan produknya karena banyak ide yang kreatif untuk menarik perhatian kepada calon konsumen. *Platform* untuk memasarkan produk yang kita jual sekarang sangatlah beragam seperti di *social media* maupun *website*. Berikut adalah beberapa media pemasaran untuk "*Rumah Able*" :

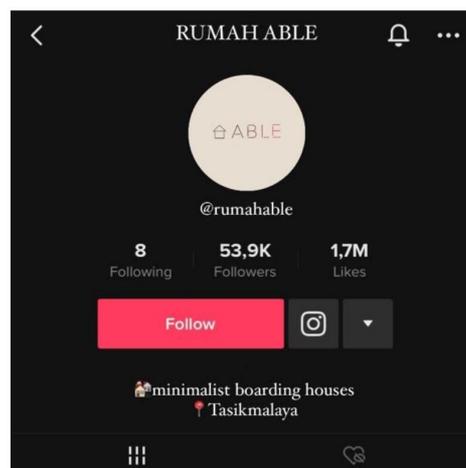
1. *Social Media* ; Instagram dan Tiktok
2. Website
3. Brosur

Gambar 3. 1 Social Media Instagram “RUMAH ABLE”



Sumber : Olahan penulis, 2021

Gambar 3. 2 Social Media TikTok “RUMAH ABLE”



Sumber : Olahan Penulis, 2021

F. Proyeksi Penjualan

Proyeksi penjualan adalah perhitungan keuntungan (*Revenue*) yang akan kita dapatkan di masa yang akan datang disetiap tahunnya, tetapi untuk membuat proyeksi penjualan per bulan tergantung dengan produk bisnis tersebut. Selain menghitung *revenue* (kotor) yang akan dihasilkan oleh proyeksi penjualan dengan waktu tertentu yang sudah ditetapkan sebelumnya (Bulan / Tahun), dikarenakan “*RUMAH ABLE*” memiliki sistem penyewaan per 6 bulan atau pertahun maka dari proyeksi penjualan tersebut dibuat dengan rentan waktu 6 bulan atau 1 tahun.

Tabel 3. 2 Proyeksi Penjualan “RUMAH ABLE”

TAHUN	PENYEWAAN (Cool Room)	OCCUPANCY	HARGA	TOTAL
1	48 Kamar	90 %	1.500.000	72.000.000
2	48 Kamar	90 %	1.500.000	72.000.000
3	48 Kamar	90 %	1.500.000	72.000.000
4	60 Kamar	100 %	1.500.000	90.000.000
5	60 Kamar	100 %	1.500.000	90.000.000
				324.000.000

Tabel 3. 3 Proyeksi Penjualan “RUMAH ABLE”

TAHUN	PENYEWAAN (Calm Room)	OCCUPANCY	HARGA	TOTAL
1	36 Kamar	70 %	850.000	30.600.000
2	36 Kamar	70 %	850.000	30.600.000
3	48 Kamar	80 %	850.000	40.800.000
4	60 Kamar	90 %	850.000	51.000.000
5	60 Kamar	100 %	850.000	51.000.000
				204.000.000

Sumber : Olahan penulis, 2021